مجلة حوليات التراث
Revue Annales du Patrimoine
P-ISSN 1112-5020 / E-ISSN 2602-6945

الإعلام الرقمي

Digital Media

ابتهال جاسم رشيد
جامعة بغداد، العراق
bar.alaman@yahoo.com

تاريخ الاستلام: 2025/7/23 - تاريخ القبول: 2025/8/25

25
2025

الإحالة إلى المقال:
* ابتهال جاسم رشيد: الإعلام الرقمي، مجلة حوليات التراث، جامعة مستغانم، العدد الخامس والعشرون، سبتمبر 2025، ص 111-124.

http://annalesdupatrimoine.wordpress.com

***

مجلة حوليات التراث، العدد 25، 2025، ص 111 - 124
P-ISSN 1112-5020 / E-ISSN 2602-6945

الإعلام الرقمي

ابتهال جاسم رشيد
جامعة بغداد، العراق

الملخص:

في ظل الثورة التكنولوجية المتسارعة والتحولات الرقمية المتلاحقة، برز الإعلام الرقمي كأحد أبرز مظاهر العصر الحديث، مؤثراً بشكل عميق في مختلف جوانب الحياة السياسية، الاجتماعية، الثقافية، والاقتصادية، فقد أدى الانتشار الواسع لاستخدام الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي إلى إحداث نقلة نوعية في طرق إنتاج وتبادل المعلومات، مما غيّر من طبيعة العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والمتلقي، وأسهم في خلق بيئة إعلامية أكثر تفاعلية وديناميكية، حيث لم يعد الإعلام محصوراً في القوالب التقليدية كالتلفزيون والراديو والصحافة الورقية، بل أصبح فضاءً رقمياً مفتوحاً يتيح للأفراد والمؤسسات فرصاً غير مسبوقة للتعبير والمشاركة والتأثير، هذا التحول فرض تحديات جديدة تتعلق بالمصداقية، سرعة الانتشار، حرية التعبير، وتأثير الذكاء الاصطناعي في صناعة المحتوى. انطلاقاً من هذه المعطيات، يسعى هذا البحث إلى دراسة الإعلام الرقمي من منظور نظري، من خلال استعراض المفاهيم الأساسية، واستعراض لتطوره التاريخي وأنواعه وأشكاله وجمهوره وخصائصه وأدواته ونظرياته ولسلبياته وصولا إلى الخاتمة.

الكلمات الدالة:

الإعلام الرقمي، جمهور الإعلام الرقمي، نظريات الإعلام الرقمي، إنترنت.

Digital Media

Ibtihal Jassim Rashid
University of Baghdad, Iraq

Abstract:

In light of the accelerating technological revolution and successive digital transformations, digital media has emerged as one of the most prominent aspects of the modern era, profoundly influencing various aspects of political, social, cultural, and economic life. The widespread use of the internet and social media has led to a qualitative shift in the methods of producing and exchanging information, changing the nature of the relationship between the media outlet and the recipient and contributing to the creation of a more interactive and

تاريخ الاستلام: 2025/7/23 - تاريخ القبول: 2025/8/25
abtihal.j@copew.uobaghdad.edu.iq

dynamic media environment. Media is no longer confined to traditional formats such as television, radio, and print media, but has become an open digital space that provides individuals and institutions with unprecedented opportunities for expression, participation, and influence. This transformation has posed new challenges related to credibility, rapid dissemination, freedom of expression, and the impact of artificial intelligence on content creation. Based on these data, this research seeks to study digital media from a theoretical perspective, by reviewing its basic concepts, its historical development, types, forms, audiences, characteristics, tools, theories, and drawbacks, leading to a conclusion.

Keywords:

digital media, digital media audience, digital media theories, internet.

1 - الإعلام الرقمي:

إن كلمة رقمي (إلكترون) هي كلمة صغيرة في لفظها لكنها كبيرة في معناها مثل ما بين الشمس في مظهرها على حقيقتها، وتعتبر أداة من الأدوات الإلكترونية الجديدة التي تعتمد على عالم الأرقام، والذي يعد خلاصة الثورات الثلاثة التي مر بها العالم، وهي ثورة المعلومات وثورة الاتصالات وثورة الحاسبات الإلكترونية، الذي وضع كافة الوسائل الاتصالية في إطار تكنولوجي واحد[1]. ومفهوم الرقمي هو وراء ظهور جميع الأجهزة الحديثة، ويمكن تقسيم جميع وسائل الإعلام إلى أجزاء صغيرة من المعلومات، والتي في المقابل يمكن أن تحول إلى نفس اللغة، وهذا يسهل عملية الترجمة من وسيط إلى آخر وعادة ما تقارن العملية الرقمية بأشكال نظيرة للموجات المستمرة التي توفر أصوات عالية الجودة ولكن لا يمكن تقسيمها إلى قطع صغيرة[2]، وبذلك فالإعلام الرقمي يمثل النقطة الفاصلة بين وسائل الاتصال الحديثة والوسائل التكنولوجية[3]، وبهذا يكون الإعلام الرقمي الإلكتروني أشبه بولادة توأمين في رحم واحد هو الثورة التكنولوجية[4].

ويطلق عليه مجموعة من المسميات التي تؤدي إلى نفس الهدف مثل الإعلام التفاعلي وإعلام الوسائط المتعددة والإعلام الشبكي الحي والإعلام التشاركي وغيرها من المسميات الأخرى[5]، وكذلك يرادفه مفاهيم الإعلام

الجديد والإلكتروني والاجتماعي، وهذه المفاهيم الحديثة هي إحدى سمات العصر الجديد للإعلام التي تكشف عن مرحلة جديدة من الخدمات الإعلامية والاتصالية تختلف عن سابقتها التي كانت تمارس في عصر الإعلام التقليدي مثل الصحيفة والإذاعة والتلفاز قبل ظهور البث الفضائي(6)، ويعد وصف لبعض تطبيقاته التي تقوم على التكنولوجيا الرقمية مثل التليفزيون الرقمي والراديو الرقمي وغيرها للإشارة إلى أي نظام أو وسيلة إعلامية تندمج مع الحاسب الإلكتروني أي الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب والفيديو والصوت والنصوص وغيرها(7).

ولكونه مصطلحا يضم جميع تقنيات الاتصال والمعلومات الرقمية التي تمارس من خلال مواقع التواصل الاجتماعي عبر الأجهزة الإلكترونية الوسائط المتعددة المتصلة أو غير المتصلة بالأنترنت والتفاعل مع المستخدمين الآخرين(8).

فإن مفهومه يمثل كل أشكال الإعلام التي تعتمد على التقنيات الرقمية في إنتاج المحتوى وتوزيعه واستهلاكه بما في ذلك مواقع الويب، منصات التواصل، المدونات، البود كاست والألعاب التفاعلية(9).

ويشير مفهومه أيضا إلى الإعلام المعتمد على التكنولوجيا الرقمية مثل مواقع الويب، الفيديو والصوت والنصوص وغيرها، وبالتالي فهو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة، وهو بهذا يشمل كل وسائل الإعلام التي تعمل وفق النظم الرقمية بما فيها التليفزيون التفاعلي أو التليفزيون غير التفاعلي الذي يستخدم النظم الرقمية في إنتاج وبث المضامين الإعلامية(10).

ويعرف الإعلام الجديد أو الرقمي: بأنه مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي تمكننا من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة

بالأنترنت[11].

ويعرف الإعلام الرقمي بأنه أي وسائل إعلام ترمز وتقرأ بشكل آلي، ويمكن إنتاجه ورؤيته وتوزيعه وإجراء التغييرات عليه وحفظه على الكومبيوتر مثل الصورة الرقمية والفيديو الرقمي وصفحات الويب والويب سايت، وتعد وسائل التواصل الاجتماعي والبيانات وقواعد البيانات والصوت الرقمي مثل ملفات (MP3) والكتب الإلكترونية[12].

وأيضا أنه محتوى يمكنُ نقله عبر وسائط رقمية كمزيج من التكنولوجيا والمحتوى، بما في ذلك المهارات الفنية والتحليلية والتقنية، أي تركيز جميع أعضاء الفريق على خلق أفضل تجربة للمستخدم[13].

ويقصد به أنه وسائل الإعلام التي تعتمد على الحاسب الآلي في إنتاج وتخزين وتوزيع المعلومات وتقدم في شكل تفاعلي، ويتميز عن الإعلام التقليدي بسمتين هما الكيفية التي يتم بها بث المادة الإعلامية، والكيفية التي يتم بها الوصول إليها، ففي النظام الرقمي يتم نقل المعلومات على شكل أرقام منفصلة هي صفر وواحد وعند وصول المعلومة للمستقبل يتم ترجمتها لصوت وصورة وهو أشد نقاء من النظام التماثلي المستخدم بالإعلام التقليدي[14].

وعليه يقوم الإعلام الرقمي على ترجمة المعلومات المختلفة وتخزينها ونقلها في هيئة سلاسل أو تشكيلات رمزية تبدأ من الصفر والواحد بحيث تشمل عناصر جرافيكية كالصوت والنصوص والصور الفوتوغرافية وغيرها من العناصر الأخرى[15].

ويتميز بوجود نوع من التحكم الانتقالي من جانب أفراد الجمهور في نوعية المعلومات التي يختارونها، أي أن الفرد يمكن أن يكون رئيسا لتحرير المجلة التي يختارونها مثل الفيس بوك والمدونات بأنواعها والفيديو تكيس والتليفزيون الرقمي أي أصبح الجمهور مشاركا في وسائل الإعلام بدلا من أن يكون متلقيا فقط[16]، كما تميز بفرض السيادة المطلقة من حيث الانتشار واختراق كافة الحواجز سواء كانت مكانية أو زمانية، إضافة إلى التنوع اللامتناهي في رسائله ومحتواه نظرا لما

يملكه من قدرات ومقومات تمكنه من الوصول للجميع[17].

وتعرف ووسائل الإعلام الرقمي بأنها الوسائل الرقمية التي تشترك في سمة واحدة إنها وسائل ترتبط بشبكة الإنترنت، وقد تعددت تصنيفات ومسميات هذه الظاهرة لدى المهتمين والمتخصصين في مختلف المجالات، وتعبر عن ظاهرة تقنية جديدة تشمل الشبكات الاجتماعية الافتراضية والمدونات والمنتديات الإلكترونية والمواقع الإلكترونية لوسائل الإعلام التقليدية والمجموع كانت على مواقع الفيس بوك أو ليوتيوب وغيرها من الأشكال الرقمية[18].

كما يتناقض الإعلام الرقمي مع وسائل الإعلام التقليدي مثل الصحافة المطبوعة والأشرطة والأفلام، كذلك تناقض رؤيته مع رؤية الباحثين في الإعلام الجديد الذين يعدون الوسائل الإعلامية كافة التي تستخدم التقنية الرقمية وتندرج ضمن الإعلام الرقمي بما فيها وسائل الإعلام التقليدي ومنها الراديو والتليفزيون اللذين يستخدمان التقنية الرقمية في العملية الإنتاجية للمحتوى الإعلامي[19].

وفي ختام استعراضنا لمفاهيم الإعلام الرقمي نرى أن هناك تقاطعا ظاهريا بين مصطلحي (الإعلام الرقمي) و(الإعلام الجديد)، إلا أن التدقيق في خلفية كل مفهوم يكشف عن تناقضات دلالية ومنهجية تستوجب التفريق بينهما، فالإعلام الجديد (New Media) هو مفهوم واسع يُستخدم للإشارة إلى التحول الجذري في النظم الاتصالية، ويشمل مختلف الوسائط المستحدثة منذ نهاية القرن العشرين، مثل الإنترنت، مواقع التواصل الاجتماعي، الصحافة الإلكترونية، والتطبيقات التفاعلية. وهو في جوهره مفهوم اجتماعي وتاريخي يعكس التحولات الكبرى في طرق الاتصال ونمط التلقي، أما الإعلام الرقمي (Digital Media)، فهو مصطلح أضيق وأكثر تقنية، يركّز على التحول الرقمي في إنتاج المحتوى الإعلامي وتوزيعه واستهلاكه، ويشير تحديداً إلى اعتماد الوسائط على البنية الرقمية (Digital Infrastructure)، من حيث البرمجيات، البيانات،

الذكاء الاصطناعي، التشفير، والتفاعل البرمجي مع المستخدم.

2 - التطور التاريخي للإعلام الرقمي، ويمثل مرحلتين:

اولا: المرحلة الرئيسية:

1 - مرحلة ما قبل الإنترنت (1940م-1980م) وتشمل: ظهور الحواسيب الأولى ونظريات الاتصال الرقمي، اختراع (ARPANET) سلف الإنترنت في الستينيات.

2 - عصر الويب 1.0 (1990م–2004م) وتشمل: مواقع ثابتة مثل (Yahoo) مع محدودية التفاعل، بداية المدونات كأول أشكال المحتوى المُنشَأ من المستخدمين.

3 - ثورة الويب 2.0 (2005م–2015م) وتشمل: صعود منصات التواصل فيسبوك، توتير، والمشاركة – الجماعية (ويكيبيديا)، تحول المستخدمين إلى منتجين للمحتوى (Prosumers).

4 - عصر التكنولوجيا الذكية (2016م حتى الآن) ويشمل: هيمنة الجوال والذكاء الاصطناعي توصيات (Netflix)، إعلانات مخصصة، ظهور الميتافيرس و الإعلام الغامر (الواقع الافتراضي).

ثانيا: عوامل التسارع التكنولوجي، وتشمل: انتشار الهواتف الذكية، تحسين سرعة الإنترنت (من G3 إلى G5)، تطور خوارزميات الذكاء الاصطناعي مثل خوارزميات فيسبوك[20].

وللإعلام الرقمي ثلاثة أنواع هي:

1 - الإعلام الجديد بتكنولوجيا قديمة: يعود إلى مجموعة من الأشكال الصحافية في الإذاعة والتلفزيون والصحف والراديو التفاعلي وتلفزيون (Talk Show) والمجلات الإخبارية وبرامج الأخبار الحية.

2 - الإعلام الجديد بتكنولوجيا جديدة: تمثله جميع الوسائل المرتبطة بشبكة الإنترنت، وهي الوسائل التي مكنت من خلق حالة التبادل الحي والسريع للمعلومات، كمواقع التواصل الاجتماعي بأنواعها والمدونات ومواقع الاخبار

وغيرها.

3 - الإعلام الجديد بتكنولوجيا مختلطة: وفيه تزول الفوارق القديم والجديد، ويكون التماهي والذوبان في الحدود الفاصلة بين أنواع الوسائل المختلفة وتبادل للمنافع بين الإعلام القديمة والجديد(21).

تتعدد أشكال الإعلام الإلكتروني الرقمي بالآتي(22):

1 - المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.

2 - الصحافة الإلكترونية بخدماتها المتمثلة بالنشر الصحفي عبر مواقع الشبكة.

3 - الإذاعة الإلكترونية، خدمات البث الحي على الإنترنت.

4 - القنوات التليفزيونية الإلكترونية خدمات البث الحي المباشر على الإنترنت.

5 - خدمات الأرشيف الإلكتروني.

6 - الإعلانات الإلكترونية خدمات النشر الإعلاني على الإنترنت.

7 - خدمات إعلانية ترفيهية.

8 - المدونات.

9 - قنوات التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والتويتر.

10 - خدمات الهاتف الجوال مثل البث الحي على الهاتف المحمول.

11 - رسائل (SMS &MMS) على الهاتف.

12 - بث خدمات الأخبار العاجلة.

وأسهمت التكنولوجيا بظهور ما يعرف بالمواطن الرقمي، وهو في الغالب الذي نشأ في زمن التكنولوجيا الرقمية، واعتاد على استخدامها بشكل مفرط لإنجاز متطلبات حياته اليومية وهو يكون متصلا بالشبكة العنكبوتية طوال الوقت عبر أجهزة الموبايل أو الحاسوب وتتباين نسبة المواطنين الرقميين من بلد إلى آخر بحسب المستوى المعيشي ودرجة التطور، وفي الغالب تزداد النسبة لدى الشباب(23).

أما جمهور الإعلام الرقمي فهو كالتالي:

1 - طبقة المهمشين: الفاقدة للزاد المعرفي والتعليمي، حيث يمثل ما يتناقلونه من

الشائعات والنكت الشعبية الاجتماعية والسياسية الساخرة والناقدة، المادة الأساسية المتداولة في أوساطهم وهذه النافذة هي المتنفس في جو حالة التهميش والإقصاء التي يعيشونها يوميا، وهو النوع المفضل لما يوفره لهم من حماية وحصانة تجنبهم المساءلة القانونية، فالنشر في هذه الوسائل يتم دون ذكر اسم المرسل، إضافة إلى إمكانية تحريرها من مستقبل إلى آخر ومن جهة إلى أخرى.

2 - النخبة: نظرا لامتلاكهم للزاد المعرفي والتعليمي والموقع الاجتماعي المتميز، نلاحظ بأن استخدامهم الإعلام الجديد يكون أكثر تطورا وجدية ومسؤولية، وأكثر انسجاما مع مستجدات ومتطلبات المجتمع الذي يعيشون فيه، لأجل ذلك نراهم يفضلون الإنترنت كإعلام بديل.

3 - النخبة الشبابية المهمشة: ويقصد بها خريجو الجامعات والمعاهد العليا والفئات الشبابية، والتي تعاني من تهميش من قبل السلطة وكذلك المجتمع، وهو ما جعلهم في مفترق طريق، إذ لا ينتمون إلى الصنف الأول نظرا لامتلاكهم العلم والثقافة، ولا إلى الصنف الثاني، وذلك لحرمانهم من المكانة الاجتماعية المرموقة، لأجل ذلك يستعملون الإنترنت كإعلام بديل، عادة ما يكون بأسماء مستعارة، ليتجنبوا المساءلة من السلطة، وأيضا من بعض مكونات المجتمع المدني[24].

4 - خصائص الإعلام الرقمي:

الإعلام الرقمي أحدث انعكاسات كبيرة على قواعد حرية النشر والتعبير، ومارس أدوارًا سياسية بالغة الخطورة والتعقيد أثرت على العديد من المفاهيم السياسية والتجارية والأكاديمية والاجتماعية، انتشرت وتكونت حولها الجماعات المستفيدة بسبب سهولة استخدامها والمشاركة فيها من دون حاجة إلى خبرات تقنية أو تكاليف مادية، لدرجة أن البعض يرى أنها سوف تؤدي لبزوغ فكر كوكبي يعمل على تغير العالم.

يتميز الإعلام الرقمي بالخصائص الآتية:

1 - في الوقت الذي يتم فيه تجاهل بعض وسائل الإعلام الدولية خاصة الناطقة

باللغة الإنجليزية لمواضيع كثيرة مهمة، خاصة تلك الخارجة عن الإطار الجغرافي الأمريكي واللغوي، يتميز الإعلام الرقمي بمعالجة بعض أوجه عدم المساواة في اهتمام وسائل الإعلام بالموضوع الواحد من خلال الاستفادة من قوة وسائل الإعلام للمواطنين.

2 - يتوصل لمبدأ الفردية في المشاركة الرقمية لاسيما السياسية منها، انطلاقا من القناعة الشخصية للأفراد دون تقييد بتوجهات الوسائل الإعلامية.

3 - تلجأ العديد من الدول الديمقراطية المتطورة إلى توظيف التصويت الإلكتروني، وتفعيل الحوار بين الناخبين ومُمثليهم عبر شبكات التواصل الاجتماعي - كأحد آليات الإعلام الرقمي، إضافة إلى إجراء الاستطلاعات الإلكترونية للرأي، وإنشاء تحالفات سياسية إلكترونية.

4 - إتاحة الفرصة للأفراد لإنتاج المضامين السياسية ونشرها وتداولها، مستفيدين من خصائص الهواتف المحمولة وكذا التطبيقات المتاحة - كأحد آليات ووسائل الإعلام الرقمي كالتصوير، والتشبيك المستمر مع الشبكة وغيرها[25].

أدوات ووسائل الإعلام الرقمي: تعددت وسائل الإعلام الرقمي الجديد وأدواته وتزداد تنوعا ونموا مع مرور الوقت ومن هذه الوسائل هي:

أولا: الشبكات الاجتماعية، وهي عبارة عن مواقع ويب تقدم مجموعات من الخدمات للمستخدمين مثل المحادثة الفورية والرسائل الخاصة والبريد الإلكتروني والفيديو والتدوين ومشاركة الملفات وغيرها من الخدمات من أشهرها الفيس بوك والتويتر، كما حاول العرب الاستفادة من فكرة الشبكات الاجتماعية لإنشاء شبكات اجتماعية عربية لكنها لم تصل إلى شهرة الفيس بوك والتويتر ومنها شبكة فرند أوي، شبكة أرابز.

ثانيا: المفضلات الاجتماعية، وهي مواقع تسمح لك بإنشاء مفضلاتك وأرشفتها وحتى مشاركتها مع باقي الأعضاء المسجلين في هذه المواقع، وهي مفضلة لا ترتبط بجهازك، كما هي العادة، بل في مفضلة موجودة على شبكة الإنترنت، ومن

أشهر أمثلتها موقع ديغ، وظهرت عدة مواقع عربية أيضا توفر خدمة المفضلات الاجتماعية مثل موقع ضربت، موقع أفلق، حفار المدونات.

ثالثا: مواقع استضافة المدونات المجانية، ومن أمثلتها الوورد برس، بلوجر، تمبلر.

رابعا: مشاركة الفيديوهات والصور، وهي مواقع إعلام جديد، تتيح لك مشاركة مقاطع الفيديو الخاصة بك وصورك مع أصدقائك على الموقع، وأشهر تلك المواقع اليوتيوب، جوجل فيديو.

خامسا: مواقع مشاركة الصور، وهي مواقع تسمح لك برفع صورك إلى الموقع ومشاركتها مع الآخرين، مثل أبكر، كما توجد مواقع أخرى عديدة لمشاركة الصور وتخزينها، منها سلايد، فوتولوغ، فوتكي[26].

ومن أبرز النظريات التي استحدثها الإعلام الرقمي:

1 - نظرية التحول الرقمي: تكاد تكون النظرية الوحيدة التي اتفق عليها الباحثون في الاتصال على أنها نظرية في الإعلام الجديد، ومنطلقاتها الرئيسية تتمثل في أن وسائل الإعلام الجديد تظهر تدريجيا نتيجة للتحول العضوي، وأن وسائل الإعلام تستجيب مثل الأنظمة الأخرى للضغوط الخارجية وتتجه إلى إعادة تنظيم نفسها وتتطور مثل الكائنات الحية لكي تزيد فرص بقائها وعندما يظهر نمط اتصال جديد ويتطور فإنه يؤثر على مر الزمن وبدرجات متفاوتة في أنماط الاتصال القائمة، ودعمت البحوث القليلة التي تناولت هذه النظرية الأفكار الرئيسية فيها وطورت مفاهيمها مثل التحول الرقمي ومفهوم إحلال وسائل الإعلام والإحلال الوقتي والإحلال الوظيفي.

2 - نظرية الفجوة الرقمية: هي نمط من فجوة المعرفة ولكن في الفضاء الإلكتروني ويستخدم لوصف الاختلاف بين الأفراد والجماعات والدول في القدرة على الوصول واستخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة، حيث ينظر إليها الباحثون إلى متغير الوصول إلى الإنترنت باعتباره متغيرا واحدا ضمن متغيرات تؤثر في الفجوة الرقمية مثل جودة الاتصال بالإنترنت وتوافر الخدمات المساندة لاستخدام الإنترنت وتكلفة الاتصال بأسعار معقولة.

3 - نظرية الشبكات: يطلق عليها مدخل الشبكة أو تحليل الشبكة الاجتماعية أو ممثل الشبكة وهي كلها مستمدة من علوم الحاسب، وتم استخدامها في مجال الإعلام الجديد لتوصيف وتشخيص أشكال التشبيك الاجتماعي على الإنترنت.

4 - نظرية التلاقي أو الدمج: تسعى لتقديم فهم كامل ومخطط لظاهرة الإعلام الجديد، ويدور محتواها في جملة من الافتراضات الرئيسية أهمها أن هناك تغييرات جسيمة تحدثها تكنولوجيات الإعلام الجديدة على طبيعة التواصل البشري.

5 - نظرية الرقمنة: تتشارك إلى حد ما مع نظرية التلاقي أو الدمج من حيث نظرتها إلى التداخل بين مختلف أنواع المحتويات التي كانت إلى حد ما مفصولة في الإعلام التقليدي[27].

5 - سلبيات الإعلام الرقمي:

1 - انتحال الشخصية.

2 - الذم والتحقير والإهانة عبر الشبكة.

3 - النصب والاحتيال في المعلوماتية.

4 - انتهاك البيانات الشخصية الإلكترونية.

5 - التحرش والمضايقة عبر برامج أنشطة الاعتداء على الخصوصية وهي تتعلق بجرائم الاختراق.

6 - تشكل أحد وسائل غسيل الأموال.

7 - تتيح تشكيل منصات مواقع الكترونية إباحية.

8 - سهولة إخفاء معالم الجريمة الإلكترونية وصعوبة تتبع مرتكبيها.

9 - غيرت من أنماط الحياة في المجتمع الشرقي[28].

الخاتمة:

من خلال هذا البحث، تبيّن أن هناك تداخلاً وخلطاً واضحين في المفاهيم بين المصطلحات مثل الإعلام الرقمي، الإعلام الجديد، والإعلام الإلكتروني، وهو ما أدى إلى حالة من الغموض النظري والارتباك الاصطلاحي في الأدبيات

العلمية. ففي كثير من الأحيان، تُستخدم هذه المصطلحات بشكل تبادلي رغم الفروقات الدقيقة التي تميز كل منها من حيث النشأة، الخصائص، والسياق الزمني والتكنولوجي.

وعليه، نوصي الباحثين والمتخصصين في حقل الإعلام الرقمي بضرورة توحيد الجهود الأكاديمية والمصطلحية من أجل بلورة مفهوم واضح ومستقل للإعلام الرقمي، يتميز عن الإعلام الجديد وغيره من المفاهيم القريبة، وجعله منهجاً بحثياً قائماً بذاته يعبّر عن واقع الإعلام المعاصر المرتبط بالتحول الرقمي، الذكاء الاصطناعي، والمنصات التفاعلية الحديثة.

ولأن هذه الخطوة ضرورية لتطوير البحث العلمي في هذا المجال، وضمان إنتاج معرفة دقيقة ومنظمة، يمكن الاعتماد عليها في السياسات الإعلامية، والتعليم الأكاديمي، وصناعة المحتوى المستقبلية.

الهوامش:

1 - فتحي حسين عامر: الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، دار العربي، القاهرة، 2018م، ص 170.

2 - طارق محمد فكري علي: الإعلام النمطي، دار اليازوري العلمي، الأردن، 2022م، ص 135.

3 - فتحي حسين عامر: الصحافة الإلكترونية الحاضر والمستقبل، مصدر سابق، ص 170.

4 - عبيدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، إشراف ومراجعة عبد الوهاب جودة، المركز العربي، مصر، 2018م، ص 16.

5 - فتحي حسين عامر: الميتافيزس ثورة الإعلام الرقمي، دار العربي، القاهرة، 2022م، ص 19-20.

6 - فاضل محمد البدراني: الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، منتدى المعارف، بيروت، 2017م، ص 11.

7 - سعد سلمان المشهداني وفراس حمود العبيدي: مواقع التواصل الاجتماعي وخصائص البيئة الإعلامية الجديدة، دار أمجد، عمان، 2020م، ص 72.

8 - فاضل محمد البدراني: الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، مصدر سابق، ص 16.

9 - محمود محمد رياض عبد العال: علم اجتماع الإعلام الرقمي - التحولات الاجتماعية في عصر المنصات والشبكات، الناشر المؤلف نفسه، القاهرة، 2025م، ص 3.
10 - حسنين شفيق: الإعلام الجديد والجرائم الإلكترونية التسريبات - التجسس الإلكتروني - الإرهاب، دار فكر وفن، القاهرة، 2015م، ص 28-29.
11 - ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، الأردن، 2015م، ص 18.
12 - غالب كاظم جياد الدعمي: الإعلام الجديد اعتمادية متصاعدة ووسائل متجددة، دار المجد، عمان، 2017م، ص 60-61.
13 - نوال بومشطة وآخرون: تأثير البيئة الرقمية على البنية التحريرية للمضامين الإخبارية في الإذاعة الجزائرية، الملتقى الوطني، صناعة المضامين الإعلامية في البيئة الرقمية تحولات المضامين ورهانات الممارسة، إشراف زينب خلالفة، دار جودة، الجزائر، 2024م، ص 190.
14 - شيرين كدواني وشريهان توفيق: الإعلام الرقمي تشريعات وأخلاقيات النشر، دار العربي، القاهرة، 2023م، ص 17.
15 - عبيدة صبطي: الإعلام الجديد والمجتمع، مصدر سابق، ص 15-16
16 - فاضل محمد البدراني: الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، مصدر سابق، ص 11.
17 - فتحي حسين عامر: الميتافيزس ثورة الإعلام الرقمي، مصدر سابق، ص 18.
18 - نوال بومشطة وآخرون: تأثير البيئة الرقمية على البنية التحريرية للمضامين الإخبارية في الإذاعة الجزائرية، مصدر سابق، ص 190.
19 - غالب كاظم الدعمي: الإعلام الجديد، مصدر سابق، ص 61.
20 - محمود محمد رياض: علم اجتماع الإعلام الرقمي، مصدر سابق، ص 4-5.
21 - فاضل محمد البدراني: الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، مصدر سابق، ص 17.
22 - ماهر عودة الشمايلة وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، مصدر سابق، ص 24.
23 - غالب كاظم الدعمي: الإعلام الجديد، مصدر سابق، ص 62-63.
24 - فاضل محمد البدراني: الإعلام الرقمي في عصر التدفق الإخباري، مصدر سابق، ص 17-18.
25 - نوال بومشطة وآخرون: تأثير البيئة الرقمية على البنية التحريرية للمضامين الإخبارية في الإذاعة الجزائرية، مصدر سابق، ص 190-191.
26 - فتحي حسين عامر: الميتافيزس ثورة الإعلام الرقمي، مصدر سابق، ص 23-25.

27 - فتحي حسين عامر: نظريات الإعلام الجديد وعناصره في القرآن الكريم، دار العربي، القاهرة، 2023م، ص 58-59.
28 - فتحي حسين عامر: الميتافيزس ثورة الإعلام الرقمي، مصدر سابق، ص 34-35.

References:

1 - ʻAbd al-ʻĀl, Maḥmūd Muḥammad: ʻIlm al-ijtimāʻal-iʻlām ar-raqmī, Cairo 2025.

2 - ʻAlī, Ṭārik Muḥammad: Al-iʻlām an-namaṭī, Dār al-Yāzūrī, Jordan 2022.

3 - ʻĀmir, Fatḥī Ḥusayn: Al-mitāfīzas thawrat al-iʻlām ar-raqmī, Dār al-ʻArabī, Cairo 2022.

4 - ʻĀmir, Fatḥī Ḥusayn: As-ṣaḥāfa al-ilaktrūniyya al-ḥāḍir wa al-mustaqbil, Dār al-ʻArabī, Cairo 2018.

5 - ʻĀmir, Fatḥī Ḥusayn: Nażariyyat al-iʻlām al-jadīd wa ʻanāṣiruhu fī al-Qur'ān al-Karīm, Dār al-ʻArabī, Cairo 2023.

6 - Al-Badrānī, Fāḍil Muḥammad: Al-iʻlām ar-raqmī fī ʻaṣr at-tadaffuq al-ikhbārī, Muntadā al-Maʻārif, Beirut 2017.

7 - Al-Daʻmī, Ghālib Kāżim: Al-iʻlām al-jadid, Dār al-Majd, Amman 2017.

8 - Al-Mashhadānī, Saʻd Salmān and Farās Ḥammūd al-ʻUbaydī: Mawāqiʻ at-tawāṣul al-ijtimāʻī, Dār Amjad, Amman 2020.

9 - Al-Shamāyla, Māhir ʻŪda et al.: Al-iʻlām ar-raqmī al-jadid, Dār al-Iʻṣār al-ʻIlmī, Jordan 2015.

10 - Kadwāni, Shīrīn and Sharīhān Tawfīq: Al-iʻlām ar-raqmī tashrīʻāt wa akhlāqiyyāt an-nashr, Dār al-ʻArabī, Cairo 2023.

11 - Ṣabṭī, ʻUbayda: Al-iʻlām al-jadīd wa al-mujtamiʻ, Al-Markiz al-ʻArabī, Cairo 2018.

12 - Shafīq, Ḥasanayn: Al-iʻlām al-jadīd wa al-jarā'im al-ilaktrūniyya, Dār Fikr wa Fann, Cairo 2015.